

УДК 336

Олійник А.В., викладач,
Хмельницький кооперативний коледж
Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту
Ніколишин Ю.І., к.е.н., доцент
Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут

ОЦІНКА ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ТА КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Исследовано систему оценки платежеспособности предприятия и кредитоспособности заемщика, проведен анализ кредитоспособности заемщика.

Ключевые слова: кредитоспособность, платежеспособность, показатели финансового состояния предприятия, оценка кредитоспособности заемщика, оценка платежеспособности, кредитования.

The system of the estimation of enterprise solvency and borrower creditworthiness is investigated, the analysis of borrower creditworthiness is conducted.

Key words: creditworthiness, solvency, indexes of financial state of an enterprise, borrower creditworthiness estimation, solvency estimation, creditings.

Постановка завдання. Вивчення основних критеріїв науково обґрунтованих методик оцінки кредитоспроможності позичальників та платоспроможності підприємства і визначення нових напрямів аналізу кількісних та якісних показників діяльності підприємства для повної достовірності оцінки його здатності в повному обсязі та у визначені кредитною угодою терміни повернути отриманий кредит.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Платоспроможність підприємства досліджували в своїх працях зарубіжні науковці і практики: М. Абрютіна, М. Баканов, І. Балабанов, Т. Берднікова, Л. Бернстайн, Ю. Брігхем, Л. Гапенські, О. Грачов, А. Гропеллі, Дж. К. Ван Хорн, Е. Негашев, П. Ревентлоу, Г. Савицька, Р. Сайфулін, Н. Селезньова, Е. Сорокіна, Е. Уткін, А. Шеремет. Серед вітчизняних авторів, праці яких присвячені теоретичним та методичним засадам платоспроможності підприємства, слід назвати таких: М. Білик, І. Бланк, В. Бурчевський, Ф. Бутинець, М. Горбатов, О. Данілов, В. Іваненко, В. Іващенко, М. Коробов, Г. Ковальчук, Л. Лігоненко, Є. Мних, В. Опарін, О. Терещенко.

Теоретичні основи формування кредитних відносин між суб'єктами господарювання досить чітко висвітлені в роботах І. Бланка, П. Беленького, А. Гальчинського, В. Гейця, В. Гребеник, М. Долішнього, А. Даниленка, В. Загорського, А. Єпіфанова, Б. Луціва, А. Мороза, В. Міщенко, М. Козоріз, Т. Смовженко, І. Тивончука, В. Федосова, С. Юрія й інших.

Виклад основного матеріалу. На сучасному етапі в економіці України намітилися позитивні тенденції економічного розвитку, темпи та стійкість якого залежать значною мірою від здатності банківської системи забезпечувати потреби підприємств необхідними кредитними ресурсами. В умовах складного фінансового стану більшості вітчизняних підприємств та обмеженості їх власних ресурсів проблема отримання кредитних коштів стає однією з найважливіших не тільки з позицій поточної діяльності, але й перспектив розвитку господарюючих суб'єктів. Будь-яка кредитна операція повинна припускати збалансованість інтересів банку та позичальника. Банку необхідно оцінити кредитоспроможність позичальника, а позичальнику – чітко уявляти вимоги, що висуваються кредитором [4].

Потреба нового підходу банків до визначення платоспроможності та кредитоспроможності підприємств виникла з розвитком ринкових відносин.

Досить важливим для банків є те, що кожний чинник має бути визначений конкретним показником. Але податкові складності у визначенні кредитоспроможності виникають у зв'язку з існуванням таких чинників, які виміряти і оцінити у цифрах неможливо. Це стосується, у першу чергу, морального обличчя і репутації позичальника.

Таким чином, отримати єдину оцінку кредитоспроможності позичальника із узагальненням цифрових і нецифрових даних не можна. Для обґрунтованої оцінки кредитоспроможності, крім інформації у цифрових величинах, потрібна оцінка кваліфікованих аналітиків. Кредитоспроможність характеризує рівень фінансово-господарського становища клієнта, на основі якого банківський працівник робить висновок про його фінансову стійкість, можливу ефективність використання одержаних коштів, здатність і готовність повернути їх відповідно до умов угоди.

Стосовно зарубіжного досвіду, то комерційними банками багатьох країн на сьогоднішній день випробувано багато систем оцінки кредитоспроможності позичальників. Ці системи відрізняються од-

на від одної кількості показників, що застосовуються як складові частини загального рейтингу позичальника, а також різними методиками складання характеристик та визначення їх пріоритетності. Але механічне перенесення зарубіжного досвіду проведення фінансового аналізу в багатьох випадках, на наш погляд, є малоефективним, тому що не береться до уваги специфіка підприємств нашої держави.

Світовий досвід у цій галузі дозволив нам визначити основні методичні підходи до оцінки платоспроможності підприємства.

Метод коефіцієнтів базується на визначенні коефіцієнтів ліквідності та їх подальшому аналізі, який здійснюється таким чином:

- 1) порівняння із встановленими нормативами (нормативний метод);
- 2) порівняння коефіцієнтів певного підприємства з аналогічними показниками інших підприємств цієї ж галузі (порівняльний аналіз);
- 3) порівняння коефіцієнтів певного підприємства з аналогічними показниками форм – провідних у даній галузі (бенчмаркінг).

Метод коефіцієнтів не потребує спеціального інформаційного забезпечення і простий у використанні, але в ньому є певні недоліки:

- 1) оцінні коефіцієнти надають аналітику статичну інформацію (на певну дату) про платоспроможність підприємства і, таким чином, об'єктивність аналізу падає;
- 2) інфляція дуже перевертає дані балансових звітів, що також негативно впливає на ступінь об'єктивності аналізу;
- 3) підприємство може використати прийом «прикрашення» звітності, щоб створити видимість вищих показників.

Методи дискримінантних показників платоспроможності полягають у тому, щоб на базі низки коефіцієнтів оцінити синтетичним чином фінансову ситуацію підприємства з точки зору його життєздатності та безперервності господарської діяльності у короткостроковому періоді.

Коефіцієнти цього методу отримують в результаті дослідження відповідно до техніки дискримінантного аналізу, а саме:

- порівнюють за певний період на основі низки коефіцієнтів дві вибірки підприємств, побудовані за обсягом та/або видом діяльності, одна з яких містить підприємства, що мають труднощі з платежами, а друга включає тільки «здорові» підприємства;
- відбирають за допомогою різноманітних статистичних тестів коефіцієнти, що дозволяють визначити краще підприємство, представлене в одній з двох вибірок;
- розробляють за допомогою прийомів дискримінантного аналізу лінійну комбінацію з визначальних коефіцієнтів.

Використання аналогічних показників для України на сьогоднішній день неможливе через їх відсутність. Для їх розробки необхідно проводити спеціальне дослідження на галузевому рівні, зібрати широку статистичну базу, але в наших умовах це зробити досить складно.

Дослідження грошових потоків полягає у вивченні обсягів і структури надходжень грошових коштів та їх витрачання, визначенні основних джерел надходження та напрямків витрачання грошей, а також порівнянні за обсягами та часом вхідних і вихідних грошових потоків, тобто вивченні їх збалансованості.

Дослідження грошових потоків широко використовується у світовій практиці, оскільки це дає об'єктивну оцінку рівня платоспроможності підприємства.

Друга частина аналізу базується на якісній оцінці суб'єкта підприємницької діяльності. Оцінка якості здійснюється за двома напрямками: оцінка фактора менеджменту та оцінка фактора ринку.

Рівень менеджменту визначається насамперед професійним досвідом керівника або власника, стажем роботи на посаді керівника або строком перебування в ролі власника, віком, характером, попереднім досвідом роботи в бізнесі, зв'язками в діловому світі, технічними знаннями та освітою. Ці якості відбиваються на управлінні бізнесом у цілому, тобто у сферах планування маркетингу тощо.

Ступінь довіри до клієнта включає відкритість, чесність, готовність клієнта надати фактичну інформацію.

Кредитна історія включає попередній досвід роботи з кредитами. Погашення попередніх кредитів – гарна ознака та свідчення того, що клієнт працює відповідально. Чим довше клієнт обслуговується в банку, тим краще банку відомий його бізнес та вища вірогідність, що відносини між ними добрі. Треба також враховувати кредитну історію інших фірм керівника-позичальника (колишніх та діючих).

Становище клієнта на ринку визначається шляхом аналізу продукту, що виробляється ним, факторів виробництва, структури споживачів та постачальників конкуренції, терміну діяльності, обсягів реалізації, рентабельності та інших факторів, які можуть вплинути на ділову активність підприємства.

Привабливість продукту визначається його ціною, якістю, асортиментом та іміджем товарів чи послуг підприємства.

Фактори виробництва включають кваліфікацію працівників, стан виробничих приміщень та обладнання, наявність комунікацій та місце розташування підприємства.

Застарілі або такі, що втратили виробничі якості, приміщення та обладнання свідчать про дефіцит ресурсів, що не сприяє створенню належних умов праці. Фактор місцезнаходження – також важливий. Підприємство повинне знаходитися поблизу ринків збуту або ресурсної бази, бути легко доступним для своїх постачальників.

Важливим фактором є також структура клієнтської бази (споживачів). Ризики для підприємства зростають, коли кількість клієнтів невелика. Клієнтська структура має бути добре розвинутою. Те саме можна сказати про постачальників. Чим ширша база постачальників, тим менша вірогідність, що підприємство зіткнеться з порушеннями з боку постачальників, та вища вірогідність стабільності руху грошових коштів.

Також важливою є конкуренція підприємств. Яка кількість аналогічних виробників або постачальників конкурують із нашим клієнтом? Чи конкурентоспроможний клієнт за цінами та рівнем послуг, які він надає?

Значний термін ділової активності – свідчення того, що клієнт буде платоспроможним незалежно від сезонних та економічних циклів. Кредитування підприємства, яке працює у даному бізнесі понад два роки та краще інформоване про ринок, його фінансову динаміку та менеджмент, а також має сталі відносини з постачальниками та споживачами, менш ризикове, ніж кредитування нового бізнесу [3].

Для визначення загальної оцінки підприємства треба дати оцінку кожному з названих вище критеріїв.

Загальна оцінка не дорівнює середньому значенню оцінок відповідних критеріїв: її визначає кредитний спеціаліст, відповідним чином враховуючи оцінки критеріїв. Тому критерії, які відіграють більшу роль на даному підприємстві, більше впливають на загальну оцінку порівняно з іншими.

Після того як визначені рейтингові оцінки економічного стану підприємства, стану менеджменту та ринку, виставляють загальний рейтинг підприємства та визначають категорію кредиту (табл. 1).

Таблиця 1

Визначення категорії кредиту [2]

Оцінка	Зміст	Категорія кредиту	Класифікація кредиту
1	Безнадійно	Д	Безнадійний
2	Погано	Г	Сумнівний
3	Нижче середнього	В	Субстандартний
4	Вище середнього	Б	Під контролем
5	Дуже добре	А	Стандартний

Існують такі категорії кредиту:

А – Фінансова діяльність та перспективи дуже добрі або добрі та стабільні, вони дають змогу погасити кредит і проценти за ним в установлені строки. Менеджмент – професійний і викликає довіру. Становище позичальника на ринку стабільне, йому не загрожують значні ризики.

Б – Фінансова діяльність та перспективи добрі або задовільні, можливі незначні коливання, які однак дають змогу погасити кредит та проценти у визначені строки. У сферах менеджменту і становища на ринку можливі несуттєві недоліки.

В – Фінансова діяльність та перспективи ще задовільні, але у сферах фінансів, менеджменту або становища на ринку мають місце недоліки та ризики, які підвищують вірогідність несвоечасного погашення кредиту та потребують глибшого моніторингу кредиту.

Г – Фінансова діяльність та перспективи вже не задовільні, а проблематичні. Менеджмент і ринкова позиція – достатньо задовільні: вірогідність погашення кредиту і відсотків – сумнівна, але досить реальна. Необхідний інтенсивний моніторинг.

Д – Фінансова діяльність та перспективи погані, а менеджмент або становище на ринку – незадовільні. Погашення кредиту нереальне.

Оцінка позичальника за цією шкалою перевтілюється у відповідну класифікацію кредиту згідно з положенням НБУ про створення резерву під кредитну діяльність.

Висновки з даного дослідження. Отже, банку при розробці методики оцінки кредитоспроможності позичальника необхідно враховувати не тільки кредитний ризик, але й сучасний розвиток підприємств, а також зростання конкуренції на ринку кредитних послуг. Безперечно, що завищення класу позичальника призводить до зростання рівня кредитного ризику банківської установи, а з другого боку, заниження класу позичальника призводить до зниження попиту на кредитні ресурси з боку

суб'єктів господарювання. Тому при розробці методики оцінки кредитоспроможності позичальника необхідно максимально врахувати особливості його фінансово-господарської діяльності [6].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вимоги за кредитами, наданими в економіку України (за видами валют та строками) // Бюлетень Національного банку України. – 2006. – № 2. – С. 89.
2. Ковальов П.П. Кредитний рейтинг клієнта як один з основних методів оцінки кредитоспроможності позичальника / П.П. Ковальов // Формування ринкових відносин в Україні. – 2004. – № 12. – С. 37–41.
3. Константинов Н.С. Методические рекомендации по оценке кредитоспособности корпоративных клиентов в коммерческом банке / Н.С. Константинов // Финансовый менеджмент. – 2004. – № 2. – С. 104–115.
4. Бугель Ю. Основні шляхи вдосконалення сучасних методів оцінки кредитоспроможності позичальника / Ю. Бугель // Банківська справа. – 2007. – № 4. – С. 54–59.
5. Концепція стратегії кредитного ризику / В. Вітлінський, Г. Великоіваненко, Я. Наконечний [та ін.] // Банківська справа. – 2000. – № 1. – С. 39–42
6. Чайковський Я. Удосконалення методики комплексної оцінки кредитоспроможності позичальників / Я. Чайковський // Вісник Національного банку України. – 2003. – № 11. – С. 30–34.

Стаття надійшла до редакції 28.08.2012.

УДК 635:338.439.5

Лесік І.М., асистент

Миколаївський державний аграрний університет

ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ТОВАРНИХ РЕСУРСІВ ОВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Рассмотрено понятие товарных ресурсов, определена их роль в формировании потребительского рынка. Проанализировано соотношение товарооборота овощей в Украине за 2010–2011 гг. и определены направления совершенствования методики эффективности использования товарных ресурсов.

Ключевые слова: *овощи, товарные ресурсы, товарная продукция, спрос, предложение, импорт, экспорт.*

The concept of commodity resources is considered, their role in consumer market formation is determined. The ratio of vegetables turnover in Ukraine during 2010–2011 is analysed and directions of the improvement of the technique of commodity resources effective use are determined.

Key words: *vegetables, commodity resources, marketable production, demand, supply, import, export.*

Постановка проблеми. В ринкових умовах процес формування товарних ресурсів охоплює діяльність галузі, пов'язану із просуванням продукції від виробника до кінцевого споживача. Від ефективного використання товарних ресурсів безпосередньо залежатиме насиченість споживчого ринку якісними товарами. Аналіз стану товарних ресурсів за допомогою економічних та аналітичних показників дозволить забезпечити товарообіг належними розмірами товарних ресурсів. Методика ефективного використання товарних ресурсів потребує вдосконалення.

Аналіз досліджень і публікацій. Питання формування та використання товарних ресурсів знайшли відображення у працях вітчизняних та зарубіжних науковців [1–8] та ін. Однак у цьому напрямі залишилося багато дискусійних питань що потребують подальшого вивчення.

Цілі статті: дослідити рівень товарного виробництва овочевої продукції, з'ясувати інші джерела формування товарних ресурсів, визначити шляхи їх ефективного використання.

Виклад основного матеріалу дослідження. При вивченні основних підходів щодо рівня виробництва продукції, задоволення потреб споживання, насиченості ринку товарною продукцією, пошуку механізмів обмеження впливу негативних чинників, зумовлених необхідністю розв'язання проблеми продовольчого забезпечення населення, провідне місце займає овочева галузь. Значимість цієї галузі важко переоцінити. Переконалим є той факт, що, маючи потенційні можливості, Україна спроможна вирішити питання стабільного забезпечення населення якісною овочевою продукцією та зайняти гідне місце серед експортерів овочів до країн Європи як у свіжому, так і в переробленому вигляді.